

# Grazia Tijdschrift van het Jaar 2011

12-12-2011 09:14



## **Grazia hét tijdschrift van 2011**

Grazia inspireert en informeert de doelgroep via een swingende sandwichformule, bestaande uit mode, human interest, shownieuws en actualiteit. Dankzij de superactuele deadline blinkt het blad uit in scoops en spraakmakende reportages. Het claimen van eigen thema's werkt. De mini-specials scoren goed bij de fashionfans. Ook de 3 zingende covers met Glennis Grace, Ilse de Lange en Krystl spraken tot de verbeelding. Grazia weet via duizenden vrienden (Facebook), leden (Hyves), followers (Twitter), een iPhone app en YouTube-kanaal het merk te laden. Met het online-shopping magazine Click & Pick, een e-commerce concept met een selectie uit de leukste webshops, trekt Grazia die band met lezers door. Begonnen in augustus 2007 heeft Grazia voor het eerste lustrum een hoofdprijs te pakken: Grazia groeit, Grazia bloeit, Grazia is hét tijdschrift van 2011.

## **Franska Stuy is Miss Libelle**

Franska Stuy eet en drinkt Libelle. Ze heeft haar ziel en zaligheid verkocht aan 'haar' tijdschrift en is al ruim twaalf jaar hoofdredacteur van het grootste wekelijkse betaalde vrouwenmagazine. Het succes verversen, levend houden en uitbouwen is een kunst die Franska Stuy als geen ander verstaat. Ze is de verpersoonlijking van het Libelle-gevoel. Nadat ze in 2009 tot Hoofdredacteur van het Jaar werd gekroond, komt deze oeuverprijs haar volledig toe. Franska Stuy, Miss Libelle, verdient de Mercur d'Or/LOF-Prijs voor Publiekstijdschriften 2011.

## **Linda de Mol en Jildou van der Bijl: uniek tandem van een magistraal gemaakt tijdschrift**

De tweekoppige hoofdredactie van LINDA., Linda de Mol en Jildou van der Bijl, weet de marketingkreet 'rumour

around the brand' keer op keer verrassend in te vullen. Zo blijft LINDA. boeien met een herkenbare eigen stijl, humor en fraaie fotografie. LINDA. raakt een snaar en claimt een eigen mentaliteit die wordt verstrekt met specials, een vernieuwde site, actieve inzet van sociale media en een humoristische app. LINDA. groeit door: van tijdschrift naar merk. Uit de gevarieerde mix aan onderwerpen, de rijke beeldtaal, de nog immer stijgende oplage en de indrukwekkende schare adverteerders, blijkt de stuwende kracht van de hoofdredactie. LINDA. staat in Nederland op eenzame hoogte, dankzij een ijzersterk duo dat elkaar waardeert, aanvult en respecteert. De vakjury belooft een unieke tandem van een magistraal gemaakt tijdschrift met de Mercur Hoofdredacteur van het Jaar 2011.

### **Alle Mercur#winnars van 2011 op een rij:**

Bruna PostNL Mercur Tijdschrift van het Jaar  
Grazia (Sanoma Media)  
Mercur d'Or/LOF#winningsprijs voor Publiekstijdschriften  
Franska Stuy (Libelle)  
Roto Smeets Mercur Hoofdredacteur van het Jaar  
Linda de Mol & Jildou van der Bijl #; LINDA. (Mood for Magazines)  
Mercur Lancering van het Jaar  
Lotje & Co (Stichting Lotje & Co)  
Mercur Tijdschriftreportage van het Jaar  
Nieuwe Revu (Sanoma Media) - Weg met de baard  
Abonnementenland Mercur Artdirection van het Jaar  
ELLE (Hearst Magazines Netherlands)  
Mercur Marketingactie van het Jaar  
Glamour (G+J Uitgevers) - National Glamour Day  
Corelio Printing Mercur Tijdschriftcover van het Jaar  
Vrij Nederland (Weekbladpers Tijdschriften) #; Seksspecial  
Mercur Innovatie van het jaar  
Bobo (Blink Uitgevers) - 360 graden edutainment  
Betapress Mercur Tijdschriftenretailer van het Jaar  
Beststeller #; Amsterdam

### **De jury**

De jury bestond naast voorzitter Derk Haank (Springer Science+Business Media/Lucas#winningsprijs Ooms Fonds) uit Renie van Wijk (v/h o.a. Marie Claire en Living), Oscar Kneppers (Rockstart.com), Peter Contant (v/h Veronica Magazine), Timo Vrijenhoek (L'Oreal), Jort Kelder (v/h Quote) en Jaap Biemans (Intermediair). Ruim 900 bladenmakers kwamen donderdag 8 december bijeen in de Amsterdam Convention Factory voor de uitreiking van tien Mercurs.

David Huijzer